

بررسی میزان گرایش به مصرف انواع موسیقی در بین جوانان شهر زنجان*

۱ افسون خلیفه

۲ ماجده قلی‌پور

۳ سیده زهرا میر محمد رضایی

۴ سکینه ندرلو

چکیده

دلایل متعددی برای مطالعه مصرف موسیقی و فعالیت موسیقایی وجود دارد، موسیقی بخشی از فعالیت هنری انسان است. شاید بیش از هر محصول هنری دیگری آدمیان در زندگی روزمره خود در معرض شنیدن موسیقی هستند. بنابر لزوم پرداختن به موسیقی به عنوان بخشی از هویت انسانی در صدد برآمدیم به بررسی میزان مصرف انواع موسیقی در بین جوانان شهر زنجان با تکیه بر چهار فرضیه سبک زندگی، فرهنگی، ارضای نیازها، عوامل جامعه‌پذیری و عوامل فردی به عنوان عوامل تأثیرگذار بر مصرف انواع موسیقی بپردازیم. جامعه آماری تحقیق عبارت است از جوانان شهر زنجان که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ای با تعداد ۲۶۸ نفر بدست آمد و پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی ساده در مناطق سه‌گانه شهر (بالای شهر، مرکز شهر و پایین شهر) توزیع گردید. بر اساس یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که از بین عوامل فردی از نظر وضعیت تأهل، افراد متأهل؛ از نظر وضعیت اشتغال افراد شاغل در بخش خصوصی، از نظر مسکن افراد دارای مسکن شخصی و از نظر منطقه سکونت افراد ساکن در مناطق بالای شهر با متغیر وابسته (گرایش به موسیقی) ارتباط بیشتری داشته و از بین متغیرهای مستقل (سبک زندگی، ارضای نیازها و عوامل جامعه‌پذیری) بیشترین همبستگی مربوط به متغیر ارضای نیازها و سپس عوامل جامعه‌پذیری و سبک زندگی می‌باشد و آنچنانکه از نتایج توصیفی تحقیق بر می‌آید بیشترین میزان گرایش مربوط به موسیقی سنتی و کمترین میزان گرایش مربوط به موسیقی راک زیر زمینی می‌باشد.

کلید واژه: موسیقی، سبک زندگی، ارضای نیازها، عوامل جامعه‌پذیری، عوامل فردی، جوانان.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۱۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۸/۵

- ۱- گروه پژوهش علوم اجتماعی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران afsonkalife@yahoo.com
- ۲- گروه جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران Majedeh_Gholipour@yahoo.com
- ۳- گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mirmohammadrezaei@yahoo.com
- ۴- گروه پژوهش علوم اجتماعی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران naderloo59@yahoo.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

موسیقی برخلاف آنچه معمولاً تصور می‌شود منحصر به سرگرمی و شادی افراد نیست، بلکه مجموعه وسیعی از معانی را در بر می‌گیرد که می‌تواند انعکاس‌دهنده وضعیت زندگی یک جامعه یا یک گروه باشد. در واقع لایه‌های گسترده‌ای از معانی و مفاهیم پنهان، در موسیقی وجود دارند که می‌توانند نشان‌دهنده سبک‌های مختلف زندگی باشند. به قول آلن لمکس سبک ترانه‌های محبوب هر فرهنگ بازتاب‌دهنده و تقویت‌کننده آن نوع رفتاری است که در تلاش‌های عمده آن فرهنگ برای بقا و در نهاد اجتماعی مرکزی و کنترل‌کننده آن نقش اساسی دارد (لمکس، ۱۹۶۸: ۱۳۳). موسیقی در سطح کنش‌های اجتماعی در کنش‌هایی چون قدرت اجتماعی، مبارزه طبقاتی و مانند آن منعکس می‌شود. موسیقی‌ای که طبقه فرادست گوش می‌دهند، موسیقی‌ای که طبقه فرودست بیشتر مصرف می‌کنند و معانی صریح و ضمنی موسیقی‌ها و مصرف آنها، خود در جدایی طبقات، تمایز آنها، مبارزه طبقاتی یا روابط آنها مؤثر است. مبارزه طبقاتی و نسلی نیز می‌تواند خودش را در موسیقی نشان دهد (کوثری، ۱۳۸۶: ۱۴). همین‌طور، موسیقی دارای کارکردهای گسترده‌ای است. در موقعیت‌های مختلف و متفاوت موسیقی استفاده می‌شود، می‌توان گفت که تجربه روزمره زندگی انسان با موسیقی در حال شکل‌گیری است. هیچ هنر دیگری به این اندازه در تمام حالات و موقعیت‌های مختلف مصرف ندارد (نتل، ۱۳۸۲: ۳۹؛ فاطمی، ۱۳۸۵: ۶۵). در حالی که موسیقی مشخصه مشترک تمام جوامع است، ولی کارکردهای آن لزوماً در تمام جوامع یکسان نیست، بعلاوه در جوامع مختلف، در دوره‌های مختلف و بر حسب گروه‌های مختلف نیز توجه و مصرف موسیقایی لزوماً از قاعده یکسان و مشابهی تبعیت نمی‌کند. با وجود برخی مشخصه‌هایی که درباره موسیقی و مصرف آن گفته شد، مسأله در خصوص ایرانیان به گونه متفاوتی مطرح است! چراکه افراد در این کشور چنانچه نتل نیز بدان اشاره می‌کند: «به موسیقی‌های متفاوتی در لوح‌های فشرده موسیقی گوش می‌دهند که آهنگ‌های متفاوت از سبک‌های گوناگون در آن وجود دارند، به طوری که به هیچ‌وجه نمی‌توان تشخیص داد که این افراد به چه نوع موسیقی علاقمندند و به تعبیری علت مصرف آنان چیست؟» (نتل، ۱۳۸۲: ۱۹). به همین دلیل می‌توان گفت وضعیت موسیقی در ایران بسیار پیچیده و ارزیابی آن نیز دشوار است (کوثری، ۱۳۸۶: ۱۰۵). انواع موسیقی که در سال‌های اخیر در میان جوانان مورد استقبال قرار گرفته‌اند، وضعیت حساس‌تری را به خود اختصاص داده است. برای نمونه جنجالی شدن برخی سبک‌های موسیقی، ترانه‌های مختلف، خواننده‌ها، گسترش شبکه‌های قاجاق موسیقی و تکثیر لوح‌های فشرده موسیقی جنجالی در سال‌های اخیر در جامعه، نمونه‌ای از این نوع حساسیت‌هاست. رواج گروه‌های موسیقی چون رپ خوان‌ها در بازار موسیقی که بیشتر مورد مصرف جوانان هستند، نمونه دیگری از حساسیت و اهمیت موضوع است. این در حالی است که می‌توان گفت ایران یکی از خاستگاه‌های موسیقی در جهان بوده است

(مشحون، ۱۳۸۰: ۳۳). در بیشتر پژوهش‌های اجتماعی که درباره مصرف‌کنندگان هنر و فعالان کارهای هنری انجام شده، به ویژگی‌های اقتصادی-اجتماعی، طبقه‌ای یا مشخصات جمعیت شناختی افراد توجه شده است. برای نمونه، دیدگاه‌های بورديو و پیترسون نماد چنین رویکردی هستند که این ویژگی‌ها را به منش افراد مرتبط می‌کنند. این منش‌ها شکل‌دهنده سبک زندگی با ارایه برنامه پژوهشی جدید، روایت تازه‌ای از مفاهیم زندگی روزمره و اوقات فراغت و مصرف هستند و یا به عبارت دیگر، جنبه‌های عملی زندگی را بیان می‌کنند. در حقیقت با چرخش تحلیل اجتماعی از فعالیت تولیدی به سمت فعالیت مصرفی، شالوده تفاوت‌های اجتماعی توسط مفهوم سبک زندگی، تغییر کرده است. این تغییر از چند جهت نظیر رشد مصرف و فرهنگ مصرف‌گرایی و دگرگون‌شدن اوقات فراغت و فعالیت‌های غیرتولیدی می‌تواند مورد بحث قرار گیرد. از این‌رو، با عنایت به نظریه بورديو در خصوص مصرف موسیقایی جوانان می‌توان گفت که گسترش سبک‌های متفاوت موسیقی، به دلیل وجود منش‌های متفاوتی است که در بین این گروه شکل گرفته و به نوعی آنان را به سمت موسیقی‌های مختلف سوق داده است. این پژوهش در پی بررسی علل گرایش جوانان به موسیقی و نوع خاصی از آن و به گونه‌ای اخص‌تر به دنبال جواب به این پرسش است که آیا بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی، جنسیت، ارضاء نیازهای فرهنگی و عوامل جامعه‌پذیری در بین جوانان و مصرف موسیقی آنان رابطه وجود دارد؟ آیا سبک‌های مصرفی تابع قاعده‌ای خاص نیستند؟

۲- پیشینه تجربی پژوهش

- فاضلی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای تحت عنوان «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی» در تهران، درصدد دستیابی به این است که چه عواملی نوع و میزان مصرف فرهنگی مردم را تعیین می‌کنند، چرا که امروزه نقش مصرف در خلق هویت‌ها و همچنین اقتصاد فرهنگ بسیار مهم است. او برای بررسی این مسأله از نظریه‌ی تحلیل طبقاتی بورديو استفاده کرده و دو متغیر کلیدی طبقه‌ی اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی را برای تبیین مصرف موسیقی در نظر گرفته است. نتایج تحلیل نشان داده که علی‌رغم تأییدشدن تمایز طبقاتی در مصرف موسیقی، تبیین‌کنندگی کم و همچنین ضرایب همبستگی اندک مشاهده‌شده در اغلب آزمون‌ها، لزوم بازنگری در نظریه‌ی طبقاتی مصرف فرهنگی را خاطر نشان می‌سازد. او نتیجه می‌گیرد که برای بررسی مصرف موسیقی علاوه بر اتکا به نظریه‌های طبقاتی باید به دیگر متغیرها و شرایط خاص هر جامعه نیز توجه کرد.

- ام‌لیلا کریمی (۱۳۸۳) در تحقیقی تحت عنوان نشانه‌شناسی ترانه‌های موسیقی پاپ با نظر بر تحول فرهنگی ایران در دهه ۷۰ از روش نشانه‌شناسی سوسور استفاده نموده، ضمن این که برای نشان دادن تحولات فرهنگی در ایران در دهه ۷۰ نیز از نظریه تحول ارزشی و فرهنگی اینگلهارت استفاده نموده

است. این کار تحقیقی تنها در مورد ترانه‌های سروده شده توسط نیلوفر لاری‌پور با صدای شادمهر عقیلی به اجرا در آمده است.

-مژگان مقتدر سنگسری(۱۳۷۸) در پایان نامه کارشناسی ارشد خو تحت عنوان «جامعه‌شناسی موسیقی بررسی مقولات اجتماعی در موسیقی ایران» بحث از ریشه‌یابی مقولات اجتماعی در موسیقی ایران را در دستور کار خود قرار داد. موضوعاتی چون پویایی شئون اجتماعی(مناسبات موسیقی هنر و دیگر تجلیات نظری جامعه) پویایی طبقاتی هنرمند (آمیختگی طبقات جامعه تأثیر هنر دوران و مخاطبین هنرها پویایی شخصیت هنرمند (پایگاه اجتماعی بینش اجتماعی) هنرمند را از طریق روش کمی و یا نظرسنجی از صد نفر نمونه بررسی نموده است.

-حلولوری(۹) در تحقیق خود تحت عنوان «موسیقی تلویزیون و انواع فرهنگ جوانان در هند» به موسیقی که جوانان هندی تا قبل از دهه ۹۰ میلادی به آن گوش می‌دادند اشاره کرده و اعتقاد دارد قبلاً موسیقی‌ها به نوعی در دست کمپانی‌های مخصوص بوده و آنها دروازه‌بان موسیقی بودند. از دهه ۹۰ به این سو به دلیل بوجود آمدن فضاهای جهانی این دروازه‌بانی حذف گردید.

- برونو نتل(۱۳۸۲) محقق انسان‌شناسی موسیقی و استاد دانشگاه ایلینوی است وی متخصص سرخ‌پوستان آمریکا و ایران و صاحب کتب و مقالات مختلفی در این زمینه می‌باشد. کار تحقیقی وی با عنوان نقش فرهنگ در موسیقی، ایران ملتی تازه توسعه، منتشر شده است.

۳- مبانی نظری

۳-۱- تئوری‌های مرتبط با جامعه‌شناسی هنر و موسیقی

بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی که به عنوان پدران این علم محسوب می‌شوند مسأله هنر را بیشتر در حاشیه کار خود در نظر می‌گرفتند. امیل دورکیم مادامی که هنر کار داشت که آن را در پیوند با دین بتواند مطالعه کند.

نظریه هگل در مورد هنر دو جنبه دارد. اول اینکه وی در مورد هنر گذشته صحبت می‌کند، ثانیاً فلسفه هنر را ابزار علمی فهم طبیعت هنر می‌داند. هگل (۱۹۷۹) معتقد است که هدف هنر، غایتی در خود هنر است. در این ارتباط هگل این توصیه را که هنر یک «رابطه بین عقل و احساس، بین تمایل و وظیفه» است که این عناصر متناقض را با هم آشتی می‌دهد، مورد انتقاد قرار می‌دهد. وی ادامه می‌دهد که این حوزه‌ها قابل جمع نیستند زیرا آنها مفاهیمی ناب و کاملاً جدا از هم هستند، همچنین هنر نیز با به عهده گرفتن چنین وظیفه‌ای ارزشمندتر نمی‌شود.

بررسی تاریخچه تکاملی علم موسیقی - که جامعه‌شناسی موسیقی نیز در این میان تکامل یافته - حاکی از آن است که جامعه‌شناسان در ابتدا کمتر به موسیقی پرداخته‌اند. فوکس معتقد است نمی‌توان کتمان کرد که موسیقی محصول و زاییده نوع انسان است یعنی هر جا که او پا گذاشته موسیقی پدید آمده است. در شرایط اجتماعی نوین معدود نقاطی وجود دارد که موسیقی به آن راه نیافته باشد و کمتر زمان‌هایی است که هیچ اثر موسیقایی در آن پدید نیامده باشد (فوکس، ۱۹۹۲: ۶۷). بنابراین با ارائه این تعریف و تعاریف مشابه ای از این دست می‌توان ادعا کرد که موسیقی بی‌تردید عملکردی اجتماعی دارد.

به اعتقاد والتر زرواکی هدف اصلی جامعه‌شناسی موسیقی این است که موسیقی در چه شرایط اجتماعی و فرهنگی پدید می‌آید (زرواکی، ۱۹۸۳: ۳۷). این تعریف بسیار کلی است زیرا در اکثر موارد نمی‌توان شرایط فرهنگی را با قطعیت روشن ساخت و تنها در صورتی می‌توان گفت که موسیقی در چه شرایط فرهنگی پدید آمده (البته اگر ممکن باشد) که جامعه‌شناسی موسیقی در ارتباطی تنگاتنگ با سایر شاخه‌های فرهنگ‌شناسانه قرار بگیرد. در هر حال زرواکی جامعه‌شناسی موسیقی را تنها به عنوان علم کمکی مهم موسیقی می‌شمارد و نه به عنوان یک مقوله مستقل (زرواکی، ۱۹۸۳: ۳۸).

کورت بلوکوف بر خلاف زرواکی دامنه وظایف جامعه‌شناسی را محدودتر ساخته و اظهار می‌دارد که جامعه‌شناسی موسیقی اعمال موسیقایی را به مثابه رفتاری اجتماعی در نظر می‌گیرد تا در پرتو آن بتواند روند شکل‌یابی اعمال موسیقایی را تشریح کند.

کنت اولین شخصی بود که نظری جامعه‌شناسانه به موسیقی افکند. یکی از نظریات اساسی کنت این بود که جامعه سه مرحله تئولوژیک (خدانشناسی)، متافیزیک و اثبات‌گرایی را طی کرده است که با ظهور مرحله اثبات‌گرایی تاریخ تکامل بشر پایان یافته تلقی شده است. کنت به موازات آن به هنرهای دیگر همچنین موسیقی نیز نظر افکند. او نموداری برای هنر رسم کرد که شعر در رأس آن، سپس موسیقی و پس از آن سایر هنرها در پلکان بعدی قرار گرفتند. او به هنر تنها به منظور پی‌ریزی افکارش نظر افکند. با فرض صحیح بودن تئوری تکامل کنت پس روشن می‌شود که بشریت و هنر (موسیقی) بعد از ظهور رئالیسم - قرن نوزدهم - دیگر تکامل نیافتند. البته تئوری وی به سرعت مورد نقد قرار گرفت: «کنت بدون شک مرحله سوم - اثبات‌گرایی - را مرحله نهایی تکامل بشر برشمرد» (دورکهایم، ۱۹۷۰: ۱۹۹).

اسپنسر قانون پیشرفت همگن به ناهمگن را مطرح می‌کند و در حقیقت اذعان می‌دارد که همگنی همیشه از ناهمگنی حاصل می‌شود. اسپنسر این قانون خود را به تمام اجتماعات غیر ارگانیک، ارگانیک و فرا ارگانیک تعمیم می‌دهد. او که مدعی سرسخت قانون خویش است تلاش می‌کند آن را با ارائه مثال‌هایی مدلل سازد، او با استفاده از هنر و همچنین موسیقی نظریه خود را متصور می‌سازد. «رقص، شعر و موسیقی که احتمالاً در ابتدا حوزه ای واحد بوده‌اند با گذشت زمان به حوزه‌های مجزایی بدل شده‌اند»

(بلوکوف، ۱۹۹۶: ۲۵). اسپنسر همواره تفاوت‌هایی را میان این حوزه‌ها (به طور مثال هنر) قائل می‌شود و البته این تئوری وی دست کم در مورد موسیقی صدق می‌کند، با تکامل یافتن سبک‌های مجزای موسیقی این تفاوتها آشکارتر می‌گردد. قانون معتبر و جهان شمول اسپنسر به راحتی مورد ظن قرار می‌گیرد اما در هر حال دیدگاه‌های مهمی را برای مبحث جامعه‌شناسی موسیقی ارائه می‌کند (بلوکوف، ۱۹۹۶: ۲۹).

کمباریو اولین کسی بود که آثار موسیقایی را به کمک روش‌های جامعه‌شناسانه مورد تحلیل قرار داد. البته نظریات وی نقص‌هایی داشت که بعدها توسط تئودور آدورنو تکامل یافت (مولر، ۱۹۹۰: ۹۹). او سه راه کلی برای تجزیه و تحلیل یک اثر موسیقایی پیشنهاد کرد:

۱) گنجاندن ویژگی‌های اجتماعی در اثر موسیقایی بنا بر موقعیت تاریخی آن. این شیوه بر پایه تفکرات تین استوار است و کمباریو در تحقیقاتش از آن بهره جست.

۲) همسو کردن ویژگی‌های ساختاری کمپوزیسیون با ویژگی‌های الگویی جامعه - زمان خلق اثر.

۳) بررسی تأثیرات متفاوت یک اثر در مراحل متفاوت تاریخ موسیقی و تحلیل مشکلات آن و سپس بررسی نظریه‌های متفاوت در یک اثر. این روش بر پایه این تئوری استوار است که بیان می‌دارد یک اثر همواره بر سلیقه همگانی نیز تأثیر گذار است و آن را توسعه می‌بخشد. (بلوکوف، ۱۹۹۶: ۱۰۷).

۲-۳- تئوری‌های مرتبط با سبک زندگی

تئوری سبک زندگی گیدنز: به تدریج مفهوم سبک زندگی در تنازع میان شواهدی از کم رنگ شدن الگوهای تبیین طبقاتی و تقویت دایره اختیار افراد در گزینش شیوه‌های زندگی نضج گرفت این تنازع در برداشت آنتونی گیدنز از مفهوم سبک زندگی به خوبی آشکار می‌شود. به اعتقاد وی فرد در زندگی روزمره با تنوع گسترده‌ای از انتخاب‌ها روبه‌روست. این تنوع زیاد امنیت هستی‌شناختی را با مشکل مواجه می‌سازد. از همین‌رو افراد برای آنکه مجبور نباشند در هر لحظه تصمیمی اتخاذ کنند، مجموعه‌ای از انتخاب‌ها را به صورت الگومند پذیرا می‌شوند. البته نباید تصور کرد که پذیراشدن این الگو یک سره فرآیندی آگاهانه یا صرفاً ناخودآگاه است. این مجموعه الگومند، راهنمایی برای کنش می‌شود و فرد را از این معضل که در هر لحظه مجبور به تصمیم‌گیری آگاهانه باشد می‌رهاند. هر سبک زندگی «... مستلزم مجموعه‌ای از عادت‌ها و جهت‌گیری‌ها و بنابراین برخوردار از نوعی وحدت است که علاوه بر اهمیت خاص خود از نظر تداوم امنیت وجودی پیوند بین گزینش‌های فرعی موجود در یک الگوی کم و بیش منظم را نیز تأمین می‌کند» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۱).

تئوری سبک زندگی بوردیو: درک سهم بوردیو در بحث سبک زندگی نیازمند شناخت شبکه مفاهیمی است که به کار می‌گیرد. در کنار مفاهیم عمده‌ای که وی از آنها استفاده می‌کند، باید فرضیه مشهور سرمایه

فرهنگی و بازتولید فرهنگی را هم که وی به طور جدی ساخته و پرداخته کرده، بررسی کرد. فرضیه سرمایه فرهنگی و بازتولید فرهنگی و طبقاتی در دل شبکه مفاهیم وی، نظریه‌ای برای تبیین ذائقه‌های مصرف فرهنگی ایجاد می‌کند. هفت مفهوم محوری اندیشه بورديو میدان، سرمایه، منش عمل، نماد، طبقه و ذائقه هستند. (بورديو، ۱۳۸۴)

در نظر بورديو، شیوه‌های مختلف تملک سرمایه در درون هر طبقه، موجد ذوق و ذائقه متفاوتی است. اگرچه ظاهراً ذائقه‌ها به صورت مستقل و در فضای اجتماعی سنجش می‌شوند، اما محصول منش‌هایی هستند که ماهیت طبقاتی دارند. ذائقه‌ها صرفاً مقولاتی زیباشناختی نیستند، بلکه درک کردن محصولاتی که سنجش ذائقه‌ها بر مبنای آنها صورت می‌گیرد، مستلزم مسلط شدن بر مجموعه‌ای از رمزهای نمادین و پرورش فرهنگی است که به ترکیب سرمایه‌ها در جایگاه‌های طبقاتی بستگی دارد. از همین جاست که بحث درباره سرمایه فرهنگی را می‌توان به کانون نظریه بورديو درباره سبک زندگی منتقل کرد. به عبارتی، ذائقه به پی آمد ترکیب سرمایه‌ها در جایگاه‌های طبقاتی تبدیل می‌شود و در بحث سبک زندگی و به ویژه زندگی فرهنگی، سرمایه فرهنگی به عنوان تبیین‌کننده ذائقه مصرف فرهنگی افراد مطرح می‌شود. سرمایه فرهنگی طبقاتی، ذائقه‌هایی را در افراد شکل می‌دهد و افراد از همین ذائقه‌ها برای ایجاد تمایز و همچنین منازعه بر سر مشروعیت و قدرت فرهنگی و همچنین تبدیل کردن سرمایه فرهنگی خود به سرمایه اجتماعی و سرمایه اقتصادی استفاده می‌کنند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۶).

۴- چارچوب نظری

در این پژوهش به منظور ارائه چهارچوب تئوریک پس از ذکر مطالبی پیرامون تاریخچه موسیقی در ایران و اروپا و تعاریف مفهومی این متغیر به دیدگاه‌های نظریه پردازانی در این زمینه پرداخته شد در سنت نظریه جامعه‌شناختی هفت نسل پژوهش درباره جامعه‌شناسی موسیقی وجود دارد که هر نسل از زاویه و با روش متفاوتی به بررسی تولید یا مصرف موسیقی پرداخته است. از ابتدای دهه ۱۹۷۰ میلادی سنت پژوهش‌های کمی نسل پنجم - درباره موسیقی آغاز می‌شود. پیر بورديو تاثیرگذارترین متفکر این جریانست وی با طرح مفاهیمی نظیر سبک زندگی، سرمایه فرهنگی، بازتولید طبقاتی و مهمتر از همه تمایز موج جدیدی از پژوهش در حوزه مصرف فرهنگی را آغاز کرد (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۶).

دی نورا معتقد است این شکل از پژوهش‌های اجتماعی در باره موسیقی که بررسی ارتباطات میان مصرف موسیقی، ذائقه‌های فرهنگی و پایگاه‌های اجتماعی افراد را مدنظر دارد شکل غالب جامعه‌شناسی موسیقی بوده است این موج از پژوهش جامعه‌شناختی درباره مصرف فرهنگی و بالأخص مصرف موسیقی تمایزات طبقاتی در مصرف فرهنگی تبیین شکل‌گیری ذائقه‌های فرهنگی و مصرف به قصد ایجاد تمایز و

نشان دادن مرزهای طبقاتی اصلی ترین مقولات پژوهشی هستند. بعدها این سنت در کارهای کسانی چون پاول دی مگیو و ریچارد پیترسون ادامه می‌یابد. مطابق فرضیه پیترسون افراد دارای پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر از ژانرهای موسیقیای متنوع تری استفاده می‌کنند بنابراین در این صورت باید همبستگی مثبتی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد و نوع موسیقی مورد مصرف آنها وجود داشته باشد (Peterson & Ker, 1996).

تیمی رایس ۳ عامل را در شکل‌گیری و تغییر و تحول فرهنگ موسیقیایی مؤثر می‌داند: ۱- پشتوانه تاریخی ۲- نیروهای مؤثر در تثبیت تعدیل یا تغییر عوامل فرهنگی ۳- قدرت خلاقه و تجربیات شخصی موسیقیدان رایس مطالعه ریشه‌های تاریخی اشکال مختلف موسیقیایی فعلی و روند تغییرات آن را بسیار مهم می‌داند. از نظر او نیروهای اجتماعی نهادها سیستم باورها در تثبیت یا تغییر فرهنگ موسیقیایی نقش مهمی بازی می‌کنند. وی شرایط زیست محیطی اقتصادی سیاسی و اجتماعی را از عوامل عمده تأثیرگذار در نحوه شکل‌گیری فرهنگ موسیقی می‌داند (فاطمی، ۱۳۷۸: ۱۴۵).

اما از آنجایی که این پژوهش بررسی گرایش جوانان شهر زنجان به مصرف انواع موسیقی بود در نهایت از تئوری گرایش فیش باین و آیزن استفاده شد. به نظر این دو نظریه‌پرداز، رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه ما قبل بروز رفتار (قصد و نیت) برای انجام یک رفتار بارفتار بالقوه است. بوجد آمدن قصد و نیت به نوبه خود، تابع دو متغیر دیگر است:

۱- گرایش به سوی آن رفتار ۲- هنجارذهنی

متغیر گرایش به رفتاری خاص یک متغیر فردی و شخصی است که طی آن، فرد انجام یک رفتار (یا یک پدیده) را از نظر خودش ارزیابی می‌کند که آیا خوب است یا بد.

عنصر دوم نظریه مزبور یعنی هنجارهای ذهنی- حاوی عنصر اجتماعی است، یعنی: اعتقادات شخص درباره طرز تفکر دیگران درمورد اعمالی که انجام می‌دهند. به عبارت دیگر متغیر هنجار ذهنی منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای انجام کاری (رفتاری) احساس و ادراک می‌کند. در این نظریه گرایش به نوبه خود، تابع دو عامل «انتظار فایده» و «ارزیابی فایده» در نظر گرفته شده است. «انتظار فایده» به معنای آن است که یک شخص تا چه حد از یک پدیده انتظار فایده دارد. «ارزیابی فایده» یعنی: شخص ارزیابی می‌کند که آیا آن پدیده به نظر او فایده داشته است (یا دارد) یا خیر. اما در این پژوهش، گرایش هسته اصلی مطالعه و متغیر است و سایر متغیرها می‌توانند در صورت لزوم و فقط تا آن جا که برای اهداف تحقیق و تبیین گرایش نسبت به موسیقی مفید می‌باشند، مورد استفاده قرار گیرند. لذا در این تحقیق از نظریه مزبور تنها هنجار ذهنی به عنوان متغیر مستقل و مؤثر بر گرایش استخراج گردید (رفعی‌پور، ۱۳۷۲: ۱۱ به نقل از قمریان، ۱۳۸۲: ۱۱-۱۲).

نظریه میدانی کورت لوین رفتار انسانی را تابع عوامل مختلف و به هم وابسته می‌داند. لوین این عوامل را به دو گونه تقسیم می‌کند: خصوصیات شخصی و خصوصیات محیطی که هر یک از این عوامل در گرایش افراد به مصرف انواع موسیقی موثر باشد (رفیع‌پور، ۱۳۷۴: ۵۹).

از نظر مازلو نیز انسان دارای نیازهای است که این نیازها را به صورت نیازهای ۵ گانه تقسیم می‌کند. از جمله نیازهای جسمی و نیاز به ایمنی و اطمینان و محبت و تعلق و نیاز به احترام و نیاز به خویشتن‌یابی می‌توان گفت اکثر نیازهای جسمی دارای محتوای اجتماعی و فرهنگی نیز می‌باشند بدین معنی که با ارضای یک نیاز ظاهراً جسمانی، همواره ارضای نیازهای والاتر اجتماعی (ایمنی، تأیید و منزلت) دنبال می‌شود که آنها دیگر قابل اشباع نیستند به نظر می‌رسد نیازهای هنری نیز یک مرحله از نیازهای انسانی است که با ارضا شدن آن سطوح دیگر نیازها تحقق می‌یابد. (رفیع‌پور، ۱۳۷۴: ۶۳-۶۵).

نیز با توجه به نظریه رویکرد استفاده و خشنودی افراد با استفاده از مصرف موسیقی به جبران قسمتی از نیازهای خود می‌پردازند (کورزینسکی، ۲۰۰۷: ۲۵۶). با توجه به استفاده از تئوری اجتماعی شدن می‌توان گفت خانواده، دوستان و رسانه‌ها از عوامل جامعه‌پذیری فرهنگی تأثیرگذار بر ذائقه فرهنگی افراد می‌باشد.

۵- فرضیه‌های تحقیق

- به نظر می‌رسد عوامل فردی در گرایش جوانان به موسیقی مؤثر می‌باشد.
- به نظر می‌رسد جامعه‌پذیری در گرایش جوانان به موسیقی مؤثر می‌باشد.
- به نظر می‌رسد سبک زندگی در گرایش جوانان به موسیقی مؤثر می‌باشد.
- به نظر می‌رسد ارضای نیازها در گرایش جوانان به موسیقی مؤثر می‌باشد.

۶- روش‌شناسی

در این پژوهش از دو روش اسنادی و پیمایشی جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است. با استفاده از روش اسنادی ابعاد مفهومی و نظری موضوع، مورد بررسی قرار گرفته و با بکارگیری روش پیمایشی چگونگی توزیع و روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق در جامعه مورد مطالعه بررسی شده است. از نظر معیار اجرایی این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی به شمار می‌آید که با بازبینی و شناسایی عوامل عوامل مرتبط با میزان گرایش به موسیقی چشم‌اندازهای آینده را مورد توجه قرار داده، در صددیم عوامل موثر بر آن را شناسایی کنیم. از آنجایی که این تحقیق در برهه زمانی خاصی انجام شده در زمره تحقیقات مقطعی یا عرضی قرار می‌گیرد. جامعه آماری این پژوهش را جوانان شهر زنجان تشکیل می‌دهند که طبق آمار ارائه شده توسط سازمان ثبت احوال استان شامل ۲۲۲۵۷۴ نفر می‌باشد. در فرمول

کوکران ۲۶۸ نفر به عنوان حجم نمونه به دست آمد. بعد از برآورد حجم نمونه در مرحله اول از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است که بر مبنای تعداد جوانان (جمعیت آماری) شهر زنجان جهت توزیع پرسشنامه در سطوح مختلف شهر به روش نمونه‌گیری تصادفی در نظر گرفته شد. که جهت توزیع مناطق سه‌گانه شهر به صورت مناطق بالای شهر و مناطق مرکز شهر و مناطق پایین شهر انتخاب گردید. در پژوهش حاضر برای سنجش پایایی ابزار پژوهش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که در جریان مطالعه مقدماتی مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول شماره ۱: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

گویه‌ها	گرایش به موسیقی	سبک زندگی	ارضای نیازها	جامعه‌پذیری
آلفای کرونباخ	۰/۷۸	۰/۶۹	۰/۷۴	۰/۷۱

همچنین برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق (پرسشنامه) از روش اعتبار صوری استفاده شده است.

۷- یافته‌های تحقیق

۷-۱- آمار توصیفی

جدول ۲: توزیع فراوانی عوامل فردی

متغیر	فراوانی	درصد
سن	۱۳-۲۱ سال	۲۵/۴
	۲۲-۲۶ سال	۲۸/۷
	۲۷-۳۳ سال	۴۵/۹
جنس	زن	۵۸/۲
	مرد	۴۱/۸
وضعیت تاهل	مجرد	۵۷/۵
	متاهل	۴۲/۵
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۱۰/۴
	دیپلم	۱۷/۵
	کاردانی	۱۳/۱
	کارشناسی	۴۹/۶
	کارشناسی ارشد	۷/۸
دکتری	۴	۱/۵

- همان‌گونه که از جدول فوق بر می‌آید: ۲۵/۴٪ پاسخگویان در گروه سنی ۱۳-۲۱ ساله، ۲۸/۷٪ در

گروه سنی ۲۲-۲۶ ساله و ۴۵/۹٪ در گروه سنی ۲۷-۳۳ ساله قرار دارند.

- همچنان که از جدول فوق بر می آید ۵۸/۲۱٪ پاسخگویان را زنان و ۴۱/۷۹٪ آنان را مردان تشکیل می دهند.

- همان گونه که از جدول فوق بر می آید ۵۷/۴۶٪ پاسخگویان مجرد و ۴۲/۵۴٪ پاسخگویان متأهل می باشند.

- همچنان که از جدول فوق بر می آید ۱۰/۴٪ پاسخگویان دارای تحصیلات زیردیپلم، ۱۷/۵۶٪ دیپلم، ۱۳/۱٪ فوق دیپلم، ۴۶/۶٪ لیسانس، ۷/۸٪ نیز دارای تحصیلات فوق لیسانس و تنها ۱/۵٪ دارای تحصیلات دکتری می باشند.

جدول ۳: توزیع نمونه بر حسب میزان گرایش به موسیقی

متغیر		فراوانی	درصد
گرایش به موسیقی	بالا	۲۷	۱۰/۱
	متوسط	۱۹۵	۷۲/۸
	پایین	۴۶	۱۷/۲

همچنان که از جدول فوق بر می آید ۱۰/۱ درصد پاسخگویان گرایش پایینی به موسیقی ۷۲/۸ درصد به میزان متوسط و ۱۷/۲ پاسخگویان به میزان بالایی به موسیقی گرایش دارند.

جدول ۴: توزیع نمونه بر حسب میزان گرایش پاسخگویان به نوع خاصی از موسیقی

متغیرها	گرایش بالا	گرایش متوسط	گرایش پایین	عدم گرایش
گرایش به موسیقی خارجی	۱۴/۲٪	۲۰/۱٪	۲۲٪	۴۳/۷٪
گرایش به موسیقی خوانندگان لوس آنجلسی	۲۳/۹٪	۱۳/۴٪	۲۱/۶٪	۴۱٪
گرایش به موسیقی صدا و سیما	۲۷/۹۹٪	۲۱/۶۴٪	۱۶/۰۴٪	۳۴/۳۳٪
گرایش به موسیقی سنتی	۵۷/۵٪	۱۴/۲٪	۶٪	۲۲/۴٪
گرایش به موسیقی ایرانی بدون کلام	۲۱/۶٪	۲۵/۷٪	۱۰/۴٪	۴۲/۲٪
گرایش به موسیقی پاپ، جاز و راک خارجی	۲۰/۱٪	۱۳/۸٪	۲۳/۹٪	۴۲/۲٪
گرایش به موسیقی پاپ ایرانی	۵۴/۵٪	۱۵/۳٪	۵/۶٪	۲۴/۶٪
گرایش به موسیقی زیرزمینی	۴۰/۳٪	۱۹/۴٪	۶/۷٪	۳۳/۶٪
گرایش به موسیقی راک زیرزمینی	۱۸/۳٪	۲۰/۱٪	۱۴/۹٪	۴۶/۶٪
بالایی به موسیقی محلی	۳۲/۴۶٪	۲۳/۸۸٪	۱۴/۱۸٪	۲۹/۴۸٪
گرایش به موسیقی پاپ بدون کلام خارجی	۱۸/۶۶٪	۲۳/۵۱٪	۱۹/۷۸٪	۳۸/۰۶٪
گرایش به موسیقی پاپ بدون کلام ایرانی	۲۱٪	۲۳/۵٪	۱۵/۳٪	۳۹/۶٪

بنابراین نتایج توصیفی مربوط به متغیر گرایش به نوع موسیقی در بین جوانان نشان می‌دهد که بیشترین گرایش به استفاده از انواع ۱۲ گانه موسیقی مربوط به گرایش به نوع سنتی با ۵۷/۵ درصد و پاپ ایرانی با ۵۴/۵ می‌باشد و کمترین میزان گرایش مربوط به موسیقی راک زیرزمینی با ۴۶/۶ درصد می‌باشد.

جدول ۵: توزیع نمونه بر حسب فعالیت‌های اوقات فراغت

شاخص‌ها	بالا	متوسط	پایین
مطالعه درسی	٪۴۲/۷۵	٪۴۲/۶۸	٪۲۵/۵۷
مطالعه غیر درسی	٪۲۹/۲۸	٪۴۲/۵۹	٪۲۸/۱۴
رفتن به سینما	٪۹/۱	٪۲۹/۷	٪۶۱/۲
ورزش کردن	٪۳۰/۴۲	٪۳۴/۹۸	٪۳۴/۶
گوش دادن به موسیقی	٪۶۳/۶	٪۲۶/۱	٪۱۰/۲
تماشای تلویزیون	٪۵۲/۵	٪۳۲/۱	٪۱۵/۵
رفتن به مسافرت	٪۳۰/۸	٪۴۱/۴۴	٪۲۷/۷۶
دیدار دوستان	٪۴۶/۸	٪۳۸/۵	٪۱۴/۷

بر اساس نتایج بدست‌آمده می‌توان گفت افراد مورد بررسی به لحاظ فعالیت‌های اوقات فراغت بالاترین فعالیت اوقات فراغت آنها با ۶۳/۶ درصد مربوط به گوش دادن به موسیقی بوده و پس از آن با ۵۲/۵ درصد تماشای تلویزیون را از جمله فعالیت‌های مهم اوقات فراغت خود برشمرده‌اند. همچنین رفتن به سینما با ۶۱/۲ درصد کمترین فعالیت صورت گرفته در اوقات فراغت جوانان را به خود اختصاص داده است.

۷-۲- آمار استنباطی

در این بخش از تحقیق سعی شده است تا فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار گیرند. در آمار استنباطی هدف این است که بتوانیم پارامترهای جمعیتی را از روی آماره‌های نمونه‌ای برآورد نمائیم. به عبارت دیگر هدف آمار استنباطی برآورد ارزش‌های جمعیتی از روی ارزش‌های نمونه‌ای است.

جدول ۶: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و گرایش جوانان به موسیقی

متغیر	ضریب پیرسون	سطح معنی داری	تعداد	مستقل وابسته
سن پاسخگویان	-۰/۰۵۷	۰/۳۵۲	۲۶۸	گرایش جوانان به موسیقی
سبک زندگی	۰/۲۵۸**	۰/۰۰۰	۲۶۸	
میزان ارضای نیازها	۰/۴۵۸**	۰/۰۰۰	۲۶۸	
میزان جامعه‌پذیری	۰/۳۶۹**	۰/۰۰۰	۲۶۸	

- خروجی آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشانگر این است که بین متغیر سن پاسخگویان و میزان گرایش به موسیقی آنان $0/05$ همبستگی وجود دارد. این مقدار همبستگی با تعداد نمونه ۲۶۸ نفر با مقدار $sig=0/352$ معنی دار نمی باشد. بنابراین بین دو متغیر مورد بررسی همبستگی وجود ندارد و فرض H_0 تأیید و فرض H_1 رد می شود.

- خروجی آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشانگر این است که بین متغیر سبک زندگی و میزان گرایش به موسیقی $0/28$ همبستگی وجود دارد. این مقدار همبستگی با تعداد نمونه ۲۶۸ نفر با مقدار $sig=0/000$ معنی دار می باشد. بنابراین بین دو متغیر مورد بررسی همبستگی ضعیفی وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش شاخص متغیر مستقل، میزان متغیر وابسته نیز افزایش خواهد یافت. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می شود.

- خروجی آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشانگر این است که بین متغیر میزان ارضای نیازها و میزان گرایش به موسیقی $0/48$ همبستگی وجود دارد. این مقدار همبستگی با تعداد نمونه ۲۶۸ نفر با مقدار $sig=0/000$ معنی دار می باشد. بنابراین بین دو متغیر مورد بررسی همبستگی متوسطی وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش شاخص متغیر مستقل، میزان متغیر وابسته نیز افزایش خواهد یافت. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می شود.

- خروجی آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشانگر این است که بین متغیر میزان جامعه پذیری و میزان گرایش به موسیقی $0/36$ همبستگی وجود دارد. این مقدار همبستگی با تعداد نمونه ۲۶۸ نفر با مقدار $sig=0/000$ معنی دار می باشد. بنابراین بین دو متغیر مورد بررسی همبستگی ضعیف رو به متوسطی وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش شاخص متغیر مستقل، میزان متغیر وابسته نیز افزایش خواهد یافت. لذا فرض H_1 تأیید و فرض H_0 رد می شود.

جدول ۷: آزمون T گروه های مستقل بر حسب متغیر جنسیت پاسخگویان و گرایش به موسیقی

میزان گرایش به موسیقی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
زن	۱۵۶	۲/۶۲۸۸	۰/۴۹۳۰۶	۰/۰۳۹۴۸
مرد	۱۱۲	۲/۵۲۳۵	۰/۵۶۷۰۰	۰/۰۵۳۵۸

آزمون برابری میانگین						آزمون لون (برابری واریانس)		واریانس بینگروهی	
فاصله اطمینان		انحراف معیار	تفاوت میانگین	سطح معنی- داری	درجه آزادی	T (مقدار آماره)	معنی داری		F
حد بالا	حد پایین								
۰/۲۳۳۳۲	-۰/۰۲۲۸	۰/۰۶۵۰۴	۰/۱۰۵۲۵	۰/۱۰۷	۲۶۶	۱/۶۱۸	۰/۲۴۴	۱/۳۶۱	
۰/۲۳۶۴۱	-۰/۰۲۵۹	۰/۰۶۶۵۵	۰/۱۰۵۲۵	۰/۱۱۵	۲۱۸/۱۸	۱/۵۸۲		واریانس درون گروهی	

خروجی آزمون T برای مقایسه جنسیت پاسخگویان از نظر میانگین گرایش به موسیقی آنان، بیانگر این است که بر مبنای آزمون برابری واریانس‌ها، با توجه به اینکه واریانس دو گروه مورد بررسی دارای تفاوت معنی‌دار نمی‌باشد بنابراین در بررسی این فرضیه از آزمون T با فرض برابری واریانس‌ها استفاده می‌کنیم. خروجی آزمون نشان می‌دهد که مقدار T بدست‌آمده معادل ۱/۶۱۸ با درجه آزادی ۲۶۶ و ۰/۱۰۷ $\text{sig} =$ معنی‌دار نمی‌باشد و بین میانگین گرایش به موسیقی گروه‌های مورد بررسی تفاوت معنی‌دار وجود ندارد. شاخص‌های توصیفی این آزمون نشان می‌دهد که زنان دارای میانگین گرایش به موسیقی معادل ۲/۶۲ و مردان دارای میانگین گرایش به موسیقی ۲/۵۲ می‌باشند که بین دو گروه مورد مقایسه تفاوت میانگین ۰/۱۰ مشاهده می‌شود. لذا فرض H_0 تأیید و فرض H_1 رد می‌شود.

جدول ۸: آزمون T گروه‌های مستقل بر حسب متغیر وضعیت تاهل پاسخگویان و گرایش به موسیقی

میزان گرایش به موسیقی	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار میانگین
مجرد	۱۵۶	۲/۷۳۰۸	۰/۵۳۵۱۴	۰/۰۴۳۱۲
متاهل	۱۱۴	۲/۵۲۲۷	۰/۵۱۱۰۲	۰/۴۷۸۶

آزمون برابری میانگین						آزمون لون (برابری واریانس)		واریانس بین گروهی	
فاصله اطمینان		انحراف معیار	تفاوت میانگین	سطح معنی داری	درجه آزادی	T (مقدار آماره)	معنی داری		F
حد بالا	حد پایین								
۰/۲۳۳۵۷	-۰/۰۱۹۶	۰/۰۶۴۸۷	۰/۲۰۸۰۳	۰/۰۵۷	۲۶۶	۱/۶۵۵	۰/۷۹۹	۱/۰۶۵	
۰/۲۳۴۹	-۰/۰۱۸۸	۰/۰۶۴۴۲	۰/۲۰۸۰۳	۰/۰۵۵	۴۹ ۲۴۹	۱/۶۷۷		واریانس درون گروهی	

خروجی آزمون T برای مقایسه وضعیت تأهل پاسخگویان از نظر میانگین گرایش به موسیقی آنان، بیانگر این است که بر مبنای آزمون برابری واریانس‌ها، با توجه به اینکه واریانس دو گروه مورد بررسی دارای تفاوت معنی‌دار نمی‌باشد، بنابراین در بررسی این فرضیه از آزمون T با فرض برابری واریانس‌ها استفاده می‌کنیم. خروجی آزمون نشان می‌دهد که مقدار T بدست آمده معادل $1/665$ با درجه آزادی ۲۶۶ و $sig=0/097$ معنی‌دار می‌باشد و بین میانگین گرایش به موسیقی گروه‌های مورد بررسی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. شاخص‌های توصیفی این آزمون نشان می‌دهد که افراد مجرد دارای میانگین گرایش به موسیقی معادل $2/73$ و مردان دارای میانگین گرایش به موسیقی $2/52$ می‌باشند که بین دو گروه مورد مقایسه تفاوت میانگین $0/20$ مشاهده می‌شود. لذا فرض $H1$ تأیید و فرض $H0$ رد می‌شود.

جدول ۹: آزمون تحلیل واریانس یک طرفه بر حسب سطح تحصیلات و متغیر وابسته

میزان گرایش به موسیقی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار آماره F	سطح معنی‌داری
بین گروهی	۱/۲۳۷	۵	۰/۲۴۷	۰/۸۹۰	۰/۴۸۸
درون گروهی	۷۲/۸۵۲	۲۶۲	۰/۲۷۸		
جمع	۷۴/۰۸۹	۲۶۷			

با توجه به این که متغیر مستقل مورد بررسی یک متغیر ترتیبی بیش از دو طبقه‌ای (سطح تحصیلات پاسخگویان) و متغیر وابسته یک متغیر فاصله‌ای (میزان گرایش به موسیقی) است، بنابراین برای بررسی رابطه بین این دو متغیر از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شده است که خروجی آزمون در زیر گزارش می‌گردد: خروجی آزمون تحلیل واریانس با مقدار F معادل $0/890$ و درجات آزادی ۵ و ۲۶۲ با مقدار $sig=0/488$ معنی‌دار نمی‌باشد. بنابراین این آزمون نشان می‌دهد که سطح تحصیلات پاسخگویان بر میزان گرایش به موسیقی آنان اثر معنی‌داری ندارد. لذا فرض $H0$ تأیید و فرض $H1$ رد می‌شود.

در پژوهش حاضر بر اساس چارچوب نظری تحقیق، متغیرهای مستقل را بصورت منطقی و بر حسب همگرایی و خطوط مشترک آنها ترکیب تا میزان تبیین تغییرات متغیر وابسته میزان گرایش به موسیقی را توسط متغیرهای مستقل تحقیق برآورد نماییم.

جدول ۱۰: اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان گرایش به موسیقی

ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده		ضرایب B	انحراف استاندارد	ضرایب بتا	مقدار آماره T	سطح معنی‌داری
ثابت	۱/۴۲۵	۰/۱۲۶				۱۱/۲۷۶	۰/۰۰۰
میزان ارضای نیازها	۰/۲۵۷	۰/۰۴۷			۰/۳۳۷	۵/۴۹۶	۰/۰۰۰
میزان جامعه‌پذیری	۰/۱۲۴	۰/۰۳۸			۰/۱۹۵	۳/۲۷۲	۰/۰۰۰
سبک زندگی	۰/۰۵۸	۰/۰۳۲			۱/۰۳	۱/۸۲۵	۰/۰۶۹

جدول ۱۱: اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان ارضای نیازها

سطح معنی داری	ضرایب استاندارد شده		ضرایب استاندارد نشده		
	مقدار آماره T	ضریب بتا	انحراف استاندارد	ضریب B	
۰/۰۰۰	۹/۴۵۰		۰/۱۴۳	۱/۳۵۵	ثابت
۰/۰۰۰	۷/۱۲۴	۰/۳۹۰	۰/۰۴۶	۰/۳۲۵	میزان جامعه‌پذیری
۰/۰۰۰	۴/۳۱۵	۰/۲۳۶	۰/۰۴۱	۰/۱۷۵	سبک زندگی

جدول ۱۲: اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان جامعه‌پذیری

سطح معنی داری	ضرایب استاندارد شده		ضرایب استاندارد نشده		
	مقدار آماره T	ضریب بتا	انحراف استاندارد	ضریب B	
۰/۰۰۰	۲۱/۸۶۷		۰/۱۱۵	۲/۵۱۸	ثابت
۰/۰۰۰	۳/۸۷۹	۰/۲۳۱	۰/۰۵۳	۰/۲۰۵	سبک زندگی

برای محاسبه کل اثرات غیرمستقیم یک متغیر بر متغیر دیگر اثرات مسیره‌های غیرمستقیم آن دو متغیر را با همدیگر جمع می‌کنیم، برای محاسبه اثرات علی کل، باید اثرات مستقیم و غیرمستقیم با همدیگر جمع شوند.

مجموع متغیرهای مستقل پژوهش ۶۵ درصد واریانس متغیر وابسته گرایش به موسیقی را تبیین می‌کنند و ۳۵ درصد بقیه که تحت عنوان واریانس تبیین نشده شناخته می‌شود توسط متغیرهای دیگری تبیین می‌گردند.

۸- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنان نسبت به مردان، افراد مجرد نسبت به افراد متأهل گرایش بیشتری به موسیقی دارند و نیز از بین عوامل مستقل اثرگذار بر متغیر وابسته گرایش به موسیقی بیشترین تاثیر به ترتیب اولویت از متغیر ارضای نیاز (۰/۴۸) عوامل جامعه‌پذیری (۰/۳۶) و سبک زندگی (۰/۲۸) ناشی می‌شود.

بنابراین می‌توان گفت رابطه موسیقی با جامعه رابطه‌ای دو سویه است چرا که از یکسو مخاطبان با مصرف آن موجب رواج موسیقی خاص در جامعه شده و از سوی دیگر این آثار موسیقی به نوعی بیانگر مفاهیم اجتماعی روز جامعه هستند موسیقی را مردم بوجود می‌آورند و آهنگسازان آن را تنظیم می‌کنند بنابراین هر گاه در جامعه برای ابراز عقاید، احساسات، ارزش‌ها و ... محدودیت‌هایی وجود داشته باشد موسیقی به عنوان یک زبان میان جامعه و مردم شروع به فعالیت می‌نماید چنانچه اینگلهارت معتقد است

اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی-اقتصادی اوست و افراد برای چیزهای کمیاب ارزش بیشتری قائل می‌شوند و در نتیجه موسیقی‌هایی که این ارزش‌ها را برجسته می‌کنند از سوی افراد مصرف می‌شوند. هنگامی که موسیقی‌های جدید وارد بازار می‌شوند این دلیلی بر این مدعاست که موسیقی‌های کنونی نمی‌توانند پاسخگوی نیاز افراد باشد در پژوهش حاضر نشان دادیم که سبک زندگی فرهنگی و پایگاه اقتصادی و اجتماعی عامل مهم تاثیرگذار در مصرف موسیقی می‌باشد (طبق نظر بوردیو) اما شدت آن به حدی نبود که بتوان روی آن حساب باز کرد این ناهمسازی بین نظریه و واقعیت را می‌توان به طریق زیر توضیح داد: این وضعیت می‌تواند ناشی از شرایط تولید و مصرف موسیقی در جامعه جدید باشد.

زمانی موسیقی فقط در قالب اجراهای زنده قابل شنیدن بود و وسیله‌ای برای ضبط و شنیدن آن در هر زمان و مکان نداشت. بنا براین گستره مکان‌هایی که می‌شد در معرض موسیقی قرار گرفت محدود بود در ضمن گستره تولید و تنوع موسیقی نیز اندک بود.

اما امروزه پیشرفت تکنولوژی تمام مرزهای موجود را از میان برده است و در دور افتاده‌ترین نقاط افراد به موسیقی دسترسی دارند که این موضوع تصورات رایج موجود در خصوص توزیع سرمایه‌های فرهنگی را تا حدی از بین برده است.

صرف نظر از اهمیت پرداختن به موسیقی که در همه دنیا صدق می‌کند مسائلی در ایران وجود دارد که لزوم مطالعه موسیقایی و مصرف موسیقی را جدی تر می‌کند.

در ایران امروز به رغم وجود سابقه تاریخی تولید موسیقی وجود یک نظام موسیقایی شناخته شده و غنی، مشکلات متعددی درباره تولید و مصرف موسیقی وجود دارد و همین مشکلات که در قالب تعارضات دین و موسیقی بیشترین جلوه را داشته‌اند سبب شده تا پژوهش درباره ابعاد مختلف تولید و مصرف موسیقی فاقد مشروعیت لازم باشد اگر چه جامعه ایرانی موسیقی و مصرف آن از سوی مردم را به مثابه واقعیتی گریزناپذیر احساس می‌کند اما کماکان، حداقل در عرصه رسمی و نظام سیاسی با موسیقی به مثابه عرصه‌ای تابویی رفتار می‌شود.

همین امر سبب شده است تا در دو دهه گذشته از غنای پژوهش‌های اجتماعی درباره موسیقی بسیار کاسته شود. علاوه بر مسأله تابویی بودن بحث درباره موسیقی که البته در سال‌های اخیر تا اندازه‌ای از آن کاسته شده است، دولت در ایران موجودیتی بزرگ و همه‌جاگستر دارد و داعیه دخالت آن در عرصه فرهنگ بیش از هر جای دیگری است. با این حال همین دولت فاقد شناخت‌های کافی از عرصه تولید و مصرف موسیقی در کشور است این چنین دولتی حتی فاقد توان لازم برای سیاست‌گذاری عاقلانه است. مسائل فوق به رابطه موسیقی و نظام سیاسی در ایران مربوط می‌شوند اما مسأله فقط به همین جا ختم نمی‌شود. در عرصه دانشگاه‌ها نیز دایره بحث درباره تولید و مصرف فرهنگی گسترده نیست.

با توجه به مرور ادبیات مربوط به مباحث همین پژوهش جامعه‌شناسی هنر به معنای تلاش برای تبیین جامعه‌شناختی تولید هنر و جامعه‌شناسی فرهنگ از فراموش‌شده‌ترین عرصه‌های پژوهش اجتماعی در ایران هستند. بنابراین لازم است تا پژوهش‌های جدی درباره هنر و بالاخص موسیقی را آغاز کرد.

فهرست منابع

۱. اینگلهارت، ر. (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، انتشارات کویر، تهران.
۲. بیبی، ا. (۱۳۸۶)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، نشر سمت، تهران.
۳. دواس، دی. ای. (۱۳۸۷)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ ناییبی، نشر نی، تهران.
۴. رفیع پور، ف. (۱۳۸۴)، تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی، شرکت سهامی انتشار، تهران.
۵. فاضلی، م. (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی مصرف موسیقی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، تهران.
۶. فاطمی، س. (۱۳۸۵)، سازمان اداری موسیقی و قشرهای فرهنگی در جامعه، نشریه یازمان اداری هنر، شماره ۲، مرکز تحقیقات و مطالعات هنری، تهران.
۷. کریمی، ا. (۱۳۸۳)، نشانه‌شناسی ترانه‌های موسیقی پاپ.
۸. کوثری، م. (۱۳۸۶)، گفتمان‌های موسیقی در ایران، پژوهشنامه فرهنگستان هنر، ویژه نقد جامعه‌شناسی هنر، فرهنگستان هنر، شماره ۲، تهران.
۹. کوثری، م. (۱۳۸۵)، هنر و مدرنیته در ایران. مجله حرفه هنرمند، شماره ۸، زمستان ص ۱۵۰-۱۵۵.
۱۰. کوثری، م. (۱۳۸۶)، درک آثار هنری در جامعه، هم‌اندیشی جامعه‌شناسی هنر، فرهنگستان هنر، تهران.
۱۱. کوثری، م. (۱۳۸۷)، در آمدی بر موسیقی مردم‌پسند، انتشارات طرح آینده، تهران.
۱۲. گیدنز، آ. (۱۳۷۸)، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران.
۱۳. مشحون، ح. (۱۳۸۰)، تاریخ موسیقی ایران، انتشارات فرهنگ، نشر نو، تهران.
۱۴. مقتدر سنگسری، م. (۱۳۷۸)، نیاز جامعه به موسیقی. فصلنامه ماهور، سال سوم، شماره هفتم.
۱۵. نتل، ب. (۱۳۸۲)، نقش موسیقی در فرهنگ ایران ملتی تازه توسعه یافته، ترجمه ناتالی چوبینه، فصلنامه موسیقی ماهور، سال ششم، شماره ۲۱.

16. Lomax, A. (1968). Folk song style and culture, *American for the Advancement of Science*. Washington D.c

17. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Routledge.